



プレスリリース

お問い合わせ： 広報担当 西村総一郎
Eメール： jpw_press@nielsen.com
電話： 03-6837-6500

「サービス内容の認知」「ブランドイメージ形成」は有料動画サービス成功の鍵 ～ニールセン 消費者の動画コンテンツと動画広告に関する視聴動向レポートを発売～

2020年4月21日

視聴行動分析サービスを提供するニールセン デジタル株式会社（東京都港区、代表取締役社長 宮本淳）は、3月末より販売を開始した動画コンテンツと動画広告の利用動向調査「ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アド レポート 2020（Nielsen Video Contents & Ads Report 2020）」をもとに動画コンテンツの利用状況と意識を分析し、結果を発表しました。

日本における有料動画サービスの利用は年々増加しており、コンテンツを視聴するデバイスも着実に変化してきています。「ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アド レポート 2020（Nielsen Video Contents & Ads Report 2020）」によると、スマートフォンアプリ以外からの利用も含めるとインターネット利用者のうちの30%が有料動画サービスを利用していることがわかりました。今後も成長が期待されている市場においてユーザーのエンゲージメントを高めるには良いコンテンツを提供するだけでなく、ブランド認知が重要視されます。

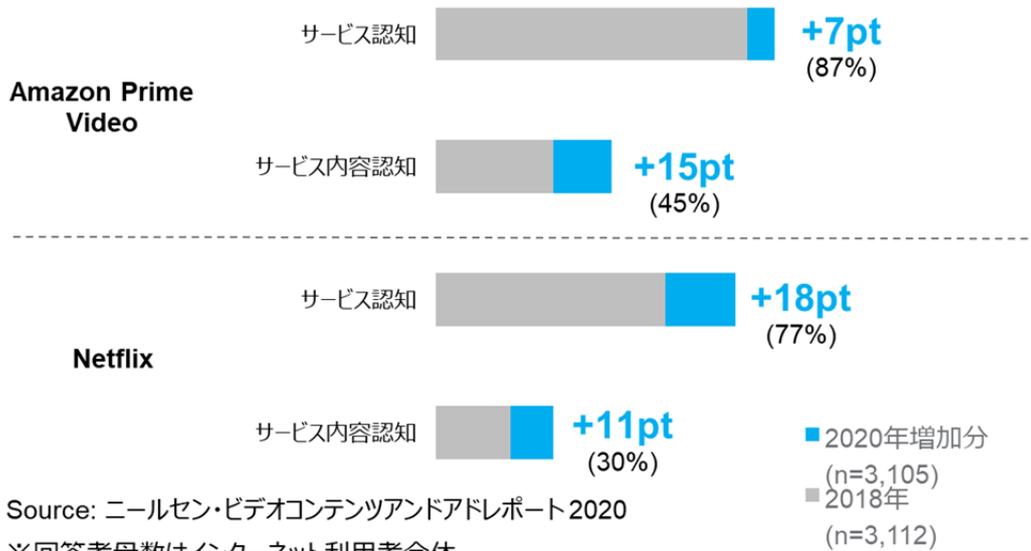
グローバル市場と同様に、日本の有料動画サービス市場においては「Amazon Prime Video」、「Netflix」、「Hulu」の3社が上位を占めています。これらの企業はグローバルではマーケットリーダーとなっていますが、近年は日本でも同様に優位なポジションを獲得しています。中でも、「Amazon Prime Video」は最も利用率が高く、「Netflix」と「Hulu」が後に続きます。「Amazon Prime Video」と「Netflix」は過去3年間で利用率を最も大きく伸ばしているのに対し、Huluでは増加は見られませんでした。

このような状況の中でコンテンツ内容、利用できるデバイスや料金形態などを含むサービス内容の認知を高めることは各サービスが自社の利用促進を図る上で重要なポイントの一つになります。上位の有料動画サービスに注目すると、多くのサービスでは半数以上の人々がサービス名を認知していました。サービス名の認知は比較的高い一方で、各ブランドが提供するコンテンツを含む内容の認知は半数以下にとどまっていることから、改善の余地があることがわかります。

利用率がここ数年で最も増加した「Amazon Prime Video」と「Netflix」はサービス認知の増加率も最も高く、両サービスともに二桁の増加率が見られました。「Amazon Prime Video」は2018年からサービス内容認知が18ポイント増加し、「Netflix」では11ポイントの増加となっていました（図表1）。有料動画サービス

は自社のブランド名だけでなく、提供するコンテンツ、料金形態、利用できるデバイスなど、消費者のサービスに対する理解を高めることで利用者数の拡大が期待できるのではないのでしょうか。

図表1: 有料インターネット動画サービス別 認知 増加率 2018年 対 2020年

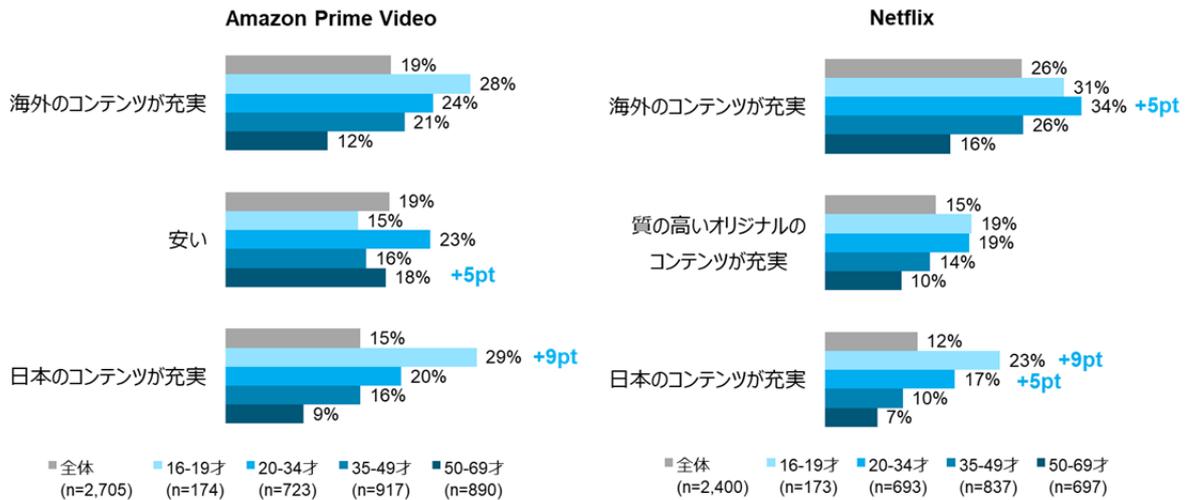


Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2020

※回答者母数はインターネット利用者全体

サービス内容の認知に加えて、消費者のニーズとマッチした価値を提案することが求められます。そして、その価値を消費者の自社サービスに対するイメージとして形成することも利用者数拡大において重要なポイントとなります。「Amazon Prime Video」と「Netflix」は日本独自のコンテンツが充実し、それらの利用をより促進するマーケティング活動や SNS を通して話題を呼んだことなどが、利用者の増加に影響しているのではないかと考えられます。実際に各サービスに対する消費者のイメージに注目すると、当初「Amazon Prime Video」は「海外のコンテンツが充実」していることが上位を占めていましたが、昨年と比べると若年層においては「日本のコンテンツが充実」しているイメージに大きな増加が見られました。同じく「Netflix」でも「日本のコンテンツが充実」している 10 代では+9 ポイント、20 代でも+5 ポイントの増加が見られました(図表 2)。特に消費者が明確に見たいコンテンツが決まっていない場合、自社サービスに対するイメージは消費者の選択肢を左右する大きなポイントの一つになるのではないのでしょうか。

図表2: 各サービスに対してのイメージ



Source: ニールセン・ビデオコンテンツアンドアドレポート 2020

※回答者母数は各サービス認知者

※青字は昨年から5pt以上増加した箇所をピックアップ

当社アナリストのコヴァリョヴァ・ソフィヤは、次のように述べています。「多くの情報が氾濫しているなかで認知度を高めることは、競争が激しい有料動画市場では特に困難です。利用が拡大している有料動画市場では、コンテンツが消費者のニーズにマッチしていることはもちろん、消費者との効果的なコミュニケーションが成功の鍵となります。有料動画サービスを提供する各社は視聴者を楽しませるコンテンツを提供するだけでなく、マーケティング活動や消費者とのコミュニケーションを通して、ブランドイメージを形成することで、自社サービスが想起される機会を増やす必要があります。そして最終的に情報があふれる環境の中でどれだけ自社サービスが想起され、選択されるかが利用率増加につながるのではないのでしょうか」。

ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アドレポート 2020 (Nielsen Video Contents & Ads Report 2020) について

ニールセン・ビデオコンテンツ アンド アドレポート (Nielsen Video Contents & Ads Report 2020) は、近年大きく変化してきている動画市場について、消費者の動画コンテンツの利用状況と動画広告に対する意識を調査することで、今日の消費者が、「どのような動画コンテンツを視聴し」「どのようなサービスを利用し」「どのような動画広告を求めている」のかを俯瞰できるレポートです。

本調査は2020年3月6日～9日にかけて実施され、パソコン、従来型携帯電話、スマートフォン、タブレットのいずれかのデバイスを通して月1回以上インターネットを利用している日本全国の15才(高校生)以上の男女、約3,000人を対象に調査を行いました。

サンプル数は、上記4デバイスからのインターネット利用者の人口構成比によって割り当てられ、インターネットユーザーを代表するように割りつけられています。

本年のレポートでは、昨年同時期に実施したレポートを比較した結果も掲載しています。

また、2019年12月時点のPCおよびスマートフォンからのインターネット視聴率情報(PC版:ニールセン ネットビュー、スマートフォン版:ニールセン モバイルネットビュー)をもとに、消費者の記憶に頼らない各種動画サービスの利用実態(利用頻度や利用時間など)もレポートに含んでいます。



【ニールセン デジタル株式会社 会社概要】

社名： ニールセン デジタル株式会社 英文社名： Nielsen Digital Co., Ltd.
本社所在地： 〒107-0052 東京都港区赤坂 2-17-7 赤坂溜池タワー11 階
資本金： 1 億円
設立： 1999 年 5 月
代表者： 代表取締役社長 宮本 淳
主要株主： 米国ニールセン・カンパニー（The Nielsen Company）、株式会社ビデオリサーチ

ニールセン デジタル株式会社は、ニールセン・グローバル・メディアの日本法人として、視聴者分析と広告分析およびメディア分析のソリューションを通じて、お客様のビジネスにおける重要な意思決定を支援するデータ、分析、インサイトを提供しています。製品やサービス、および分析結果のインサイトについては、広告主企業、メディア運営企業、E コマース企業、広告会社より高い評価をいただいています。ニールセン デジタル株式会社のサービス概要、および会社概要は www.netratings.co.jp でご覧いただけます。

ニールセンの消費者購買行動分析部門は、**ニールセン カンパニー合同会社**です。
消費者調査、ショッパー調査、メディカルリサーチ、販売予測、マーケティング ROI 分析、コンシューマーニューロサイエンス分析、海外市場情報提供などを行っています。詳細は www.nielsen.com/jp でご覧いただけます。

ニールセン スポーツ ジャパン株式会社は、世界最大規模のスポーツマーケティングリサーチ&コンサルティング会社ニールセンスポーツの日本法人です。スポンサーシップに関するデータ分析及びファンインサイトを基に、様々なステークホルダーの事業拡大を支援。アメリカ 4 大スポーツや欧州サッカー、各世界大会など、グローバルでは 1,400 以上のクライアント、15,000 以上の案件に携わっており、日本では、J リーグやプロ野球球団をはじめとするスポーツライセンスホルダー、国内外の大会・イベントに協賛する企業、その他代理店や行政とも契約しています。スポンサーシップを評価するグローバルスタンダードとして世界中で事業を展開しています。詳細は <http://niensports.com/jp/>をご覧ください。

グレースノート株式会社は、世界の代表的なブランドのエンターテインメント製品に、音楽・テレビ/映画・スポーツコンテンツについての認識技術を提供しています。2 億曲以上をカバーする楽曲データと 85 カ国以上のテレビ番組表データ、4,500 のスポーツリーグや国際大会に関する統計データ等を提供しています。詳しくは www.gracenote.com/ja/ でご覧いただけます。

ニールセンについて

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) は世界最大級のマーケティング調査&データ分析の会社として、世界規模の消費者と市場における最も完全に信頼されたインサイトを提供しています。ニールセンは二つのビジネスユニットから成り、ニールセン・グローバル・メディアは、広告市場・メディア市場が機能するために必要である業界の共通の理解を生み出す、公正で信頼できる測定基準を提供しています。ニールセン・グローバル・コネクトは、メーカーおよび流通企業に対し、正確で実行可能な情報、インサイト、そして、複雑に進化する市場の全体像を提供しています。私たちのアプローチは独自のニールセンデータと他のデータソースを結び付けることで、今何が起り、今後何が起るのか、そしてこの知識に基づいてどの様に行動するのがベストなのかを世界中の顧客が見つけるお手伝いをします。S&P 500 企業として、世界人口の 90%を網羅する 100 カ国以上に拠点を有しています。詳細は当社ウェブサイトをご覧ください： www.nielsen.com

ニールセン デジタル株式会社が提供しているソリューションと主な製品サービス

視聴者分析ソリューション

ニールセン デジタルコンテンツ視聴率 Nielsen Digital Content Ratings
インターネット視聴率データ ニールセン ネットビュー Nielsen NetView
スマートフォン視聴率データ ニールセン モバイルネットビュー Nielsen Mobile NetView
インターネットユーザーデータベースサービス ネットビューライフスタイル パワードバイビデオリサーチインタラクティブ など



広告分析ソリューション

ニールセン デジタル広告視聴率 Nielsen Digital Ad Ratings

ブランディング効果測定サービス Brand Lift Plus

広告効果分析サービス ニールセン デジタルブランドエフェクト Nielsen Digital Brand Effect など